



# Panorama dos meios de pagamento no varejo brasileiro

na visão das empresas e dos consumidores

## 2ª Pesquisa

REALIZAÇÃO



PARCERIA



JUNHO/ 2020

# Agenda

## ESTRUTURA DO ESTUDO

1. Introdução

2. Objetivo e Método

3. Principais destaques

4. Perfil amostral

5. Resultados



# Introdução



# Meios de pagamento no Brasil

## VALOR TRANSACIONADO



Cartão de Crédito

2018: R\$ 965,5 bi  
**+14,6%**



Cartão de Débito

2018: R\$ 578,1 bi  
**+13,8%**



Cartão Pré Pago

2018: R\$ 11 bi  
**+66,5%**



**R\$1,55  
TRILHÃO**

**+14,5%**

Maior crescimento  
desde 2014

**Participação no consumo das famílias**

2018: 38,3%

2017: 32,6%

# Meios de pagamento no Brasil

## OS DOIS POLOS

O mercado brasileiro de meios de pagamento convive com dois extremos:



As empresas de meios de pagamento têm a oportunidade de alcançar a população desbancarizada com o uso de tecnologias “*low touch*”, que reduzam o atrito das transações, garantam a segurança das informações, tragam conveniência e tenham disponibilidade 24/7.

# Meios de pagamento no Brasil

## VAREJO 2020 – Formas de pagamento “*low touch*”

Lançamento do PIX, novo sistema de pagamento do Banco Central (previsão: novembro/2020)



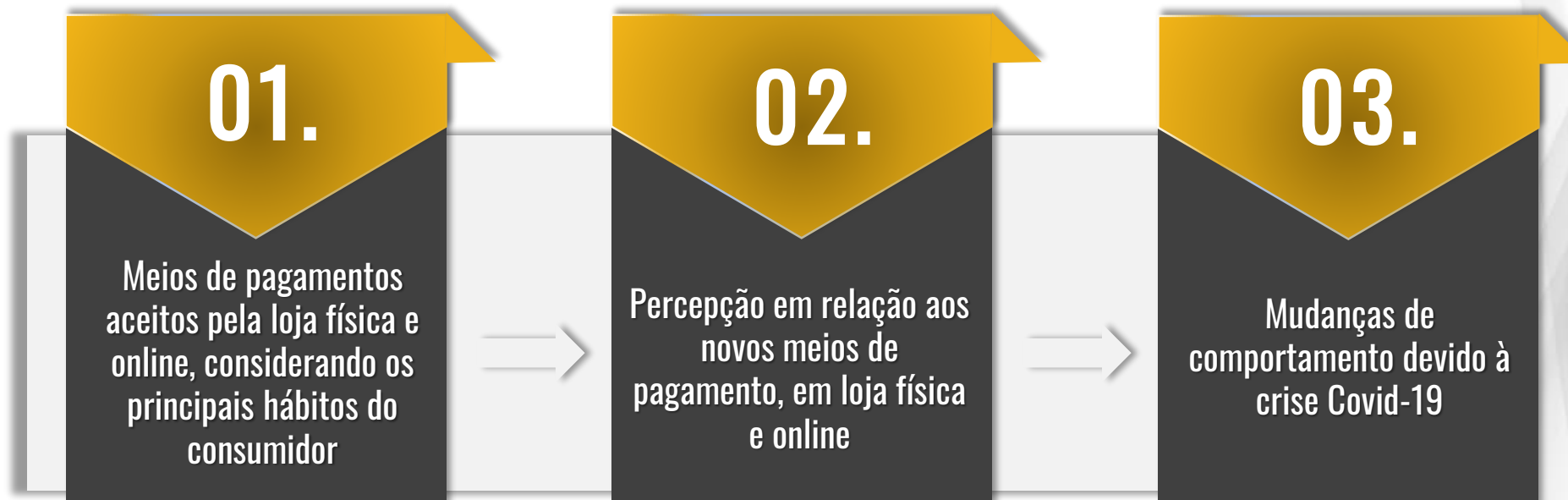
“O sistema é similar à TED e ao DOC, porém o PIX será efetivado em tempo real e estará disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, inclusive aos domingos e feriados. O pagamento será feito por meio de um QR Code via celular, como se fosse um pagamento no débito, mas com um estímulo: a taxa próxima a zero. Não só as redes varejistas, mas todos os mercados, ganham com a nova modalidade.”

# Objetivo e Método



# Objetivo do estudo

O estudo teve como objetivo quantificar aspectos relacionados à utilização dos meios convencionais e eletrônicos de pagamento no mercado brasileiro, aprofundando:





# Método de coleta de dados



- + **Tipo de Pesquisa:** quantitativa com os responsáveis pelo setor na empresa
- + **Amostra:** maiores *players* do mercado, de 6 diferentes segmentos do varejo
- + **Coleta 1ª edição:** 02 de abril a 02 de maio de 2018
- + **Coleta 2ª edição:** 12 de maio a 05 de junho de 2020

# Método de coleta de dados



## CONSUMIDORES

- + **Tipo de Pesquisa:** quantitativa de opinião, por meio de abordagem via painel online
- + **Amostra 2ª edição:** 600 entrevistas (1ª edição: 605 entrevistas)
- + **Questionário 2ª edição:** 34 perguntas fechadas e 2 abertas (1ª edição: 24 perguntas fechadas e 2 abertas)
- + **Data de coleta 2ª edição:** 26 de maio a 29 de maio de 2020 (1ª edição: 19 de março a 02 de abril de 2018)
- + **Abrangência:** Nacional
- + **Margem de Erro:** +/- 4 pontos percentuais, nível de confiança de 95%

# Principais Destaques



# Principais destaques

## MEIOS DE PAGAMENTO EM LOJAS FÍSICAS

- **Cartão de crédito (66%), débito (64%) e dinheiro (64%) são as formas de pagamento mais utilizadas pelos brasileiros. Todas as empresas entrevistadas permitem pagamento por esses meios.**
- **A forma de pagamento depende do tipo de compra e do produto adquirido. Normalmente, bens duráveis são pagos com cartão de crédito, muitas vezes parcelado (Eletrodomésticos – 62%; Mat. Construção – 43%). Já nas compras de consumo imediato, o mais comum é o uso de cartão de débito (Food Service – 37%; Drogeries – 36%; Supermercado 31%). Demais opções: Dinheiro, App, C. loja, Boleto, Vale benefícios.**
- **62% das empresas oferecem a opção de pagamento móvel via aplicativo, ante 13% na edição 2018 deste estudo. O crescimento do uso pelos clientes também é expressivo: em dois anos, o uso desse meio de pagamento saltou de 4% para 21% dos consumidores.**

# Principais destaques

## MEIOS DE PAGAMENTO NO E-COMMERCE

- Os principais meios de pagamento oferecidos pelas empresas no varejo online são o cartão de crédito à vista e o cartão de crédito parcelado, ambos com 90% de adesão. A opção mais usada pelos consumidores é o cartão de crédito parcelado (48% para compras no computador; 41% para compras no smartphone). Em parte, isso se deve à grande presença dos segmentos de bens duráveis no varejo online.
- O *smartphone* (89%) já é a ferramenta mais usada para compras online, à frente dos computadores (85%).
- O pagamento por aplicativos gera curiosidade em quem ainda não o utiliza (20% gostariam de utilizar).
- O varejo não oferece e nem pretende oferecer pagamento via criptomoedas, o que condiz com a escolha dos consumidores (47% se recusam a utilizar criptomoedas).

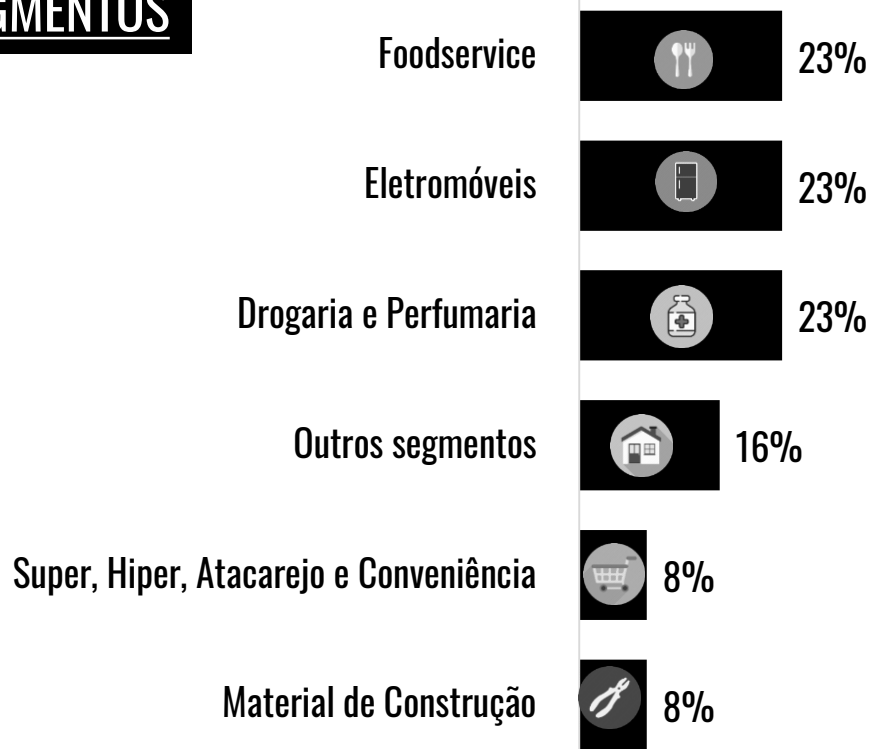
# Perfil Amostral



# Empresas de 6 diferentes segmentos



## SEGMENTOS

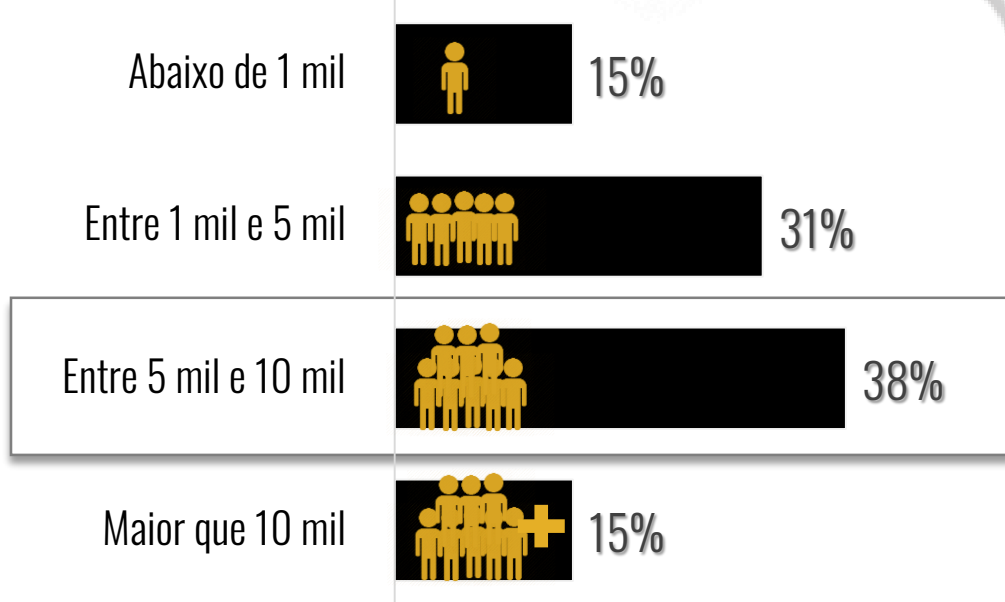


# A amostra é composta, em sua maioria, por grandes varejistas, com faturamento acima de R\$ 1 bilhão

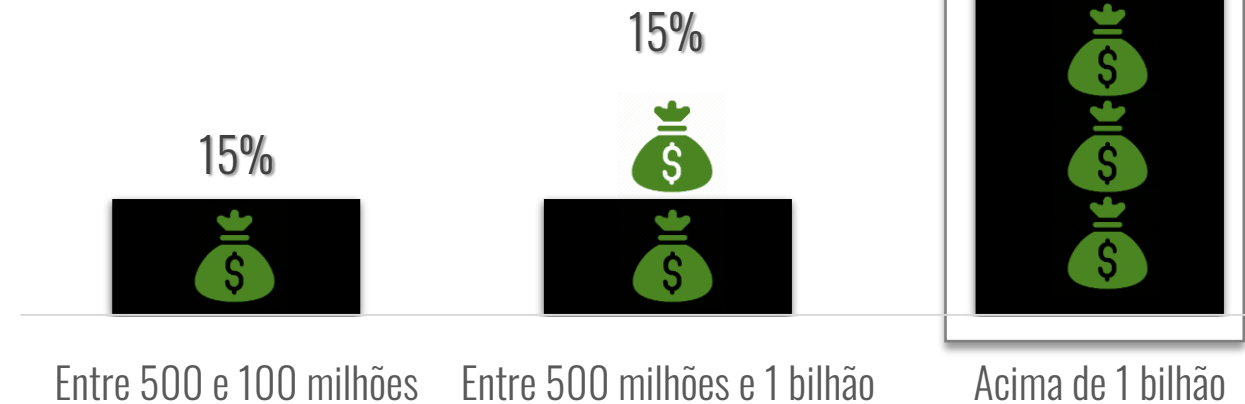


## EMPRESAS

### COLABORADORES



### FATURAMENTO ANUAL (R\$)



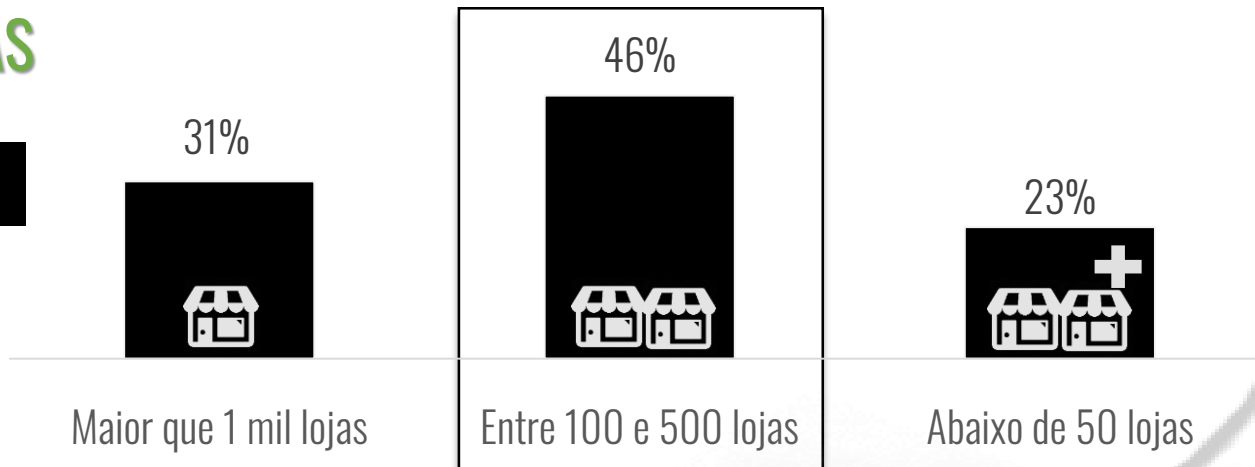


# Maioria possui entre 100 e 500 lojas, com presença nacional

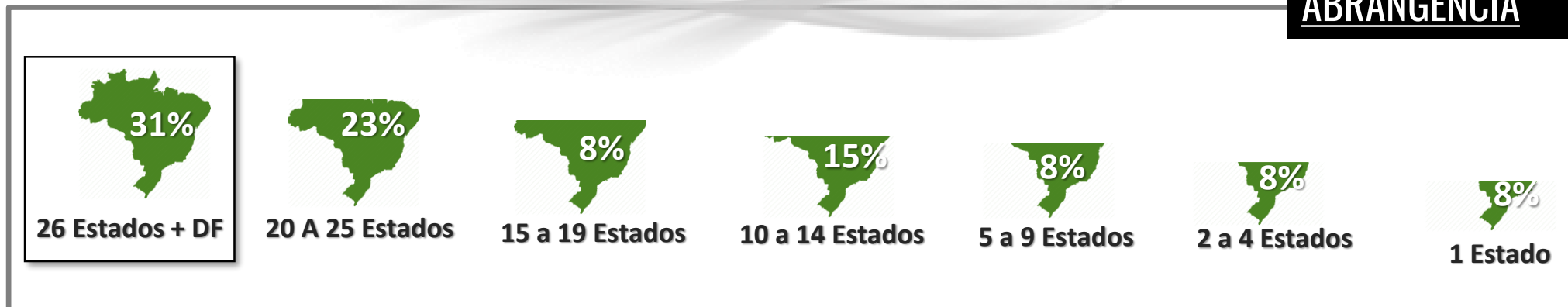


## EMPRESAS

### LOJAS



### ABRANGÊNCIA



# A pesquisa foi feita com homens e mulheres, de 18 a 65 anos, maioria casados e com filhos



## CONSUMIDORES



### SEXO



54%  
Feminino



46%  
Masculino



### ESTADO CIVIL

38%

Solteiro(a)

43%

Casado(a)

10%

União Estável

8%

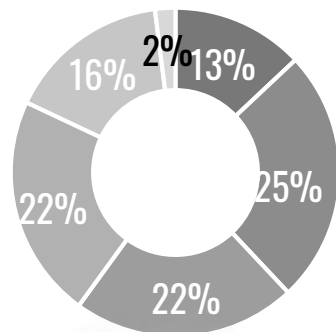
Divorciado(a)

1%

Viúvo(a)



### IDADE



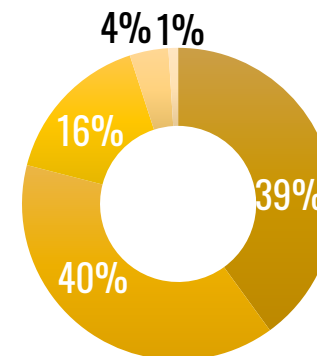
- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 ou mais

Média:  
34 anos



### FILHOS

58% possuem  
filhos



- 1 Filho
- 2 Filhos
- 3 Filhos
- 4 Filhos
- 5 Filhos

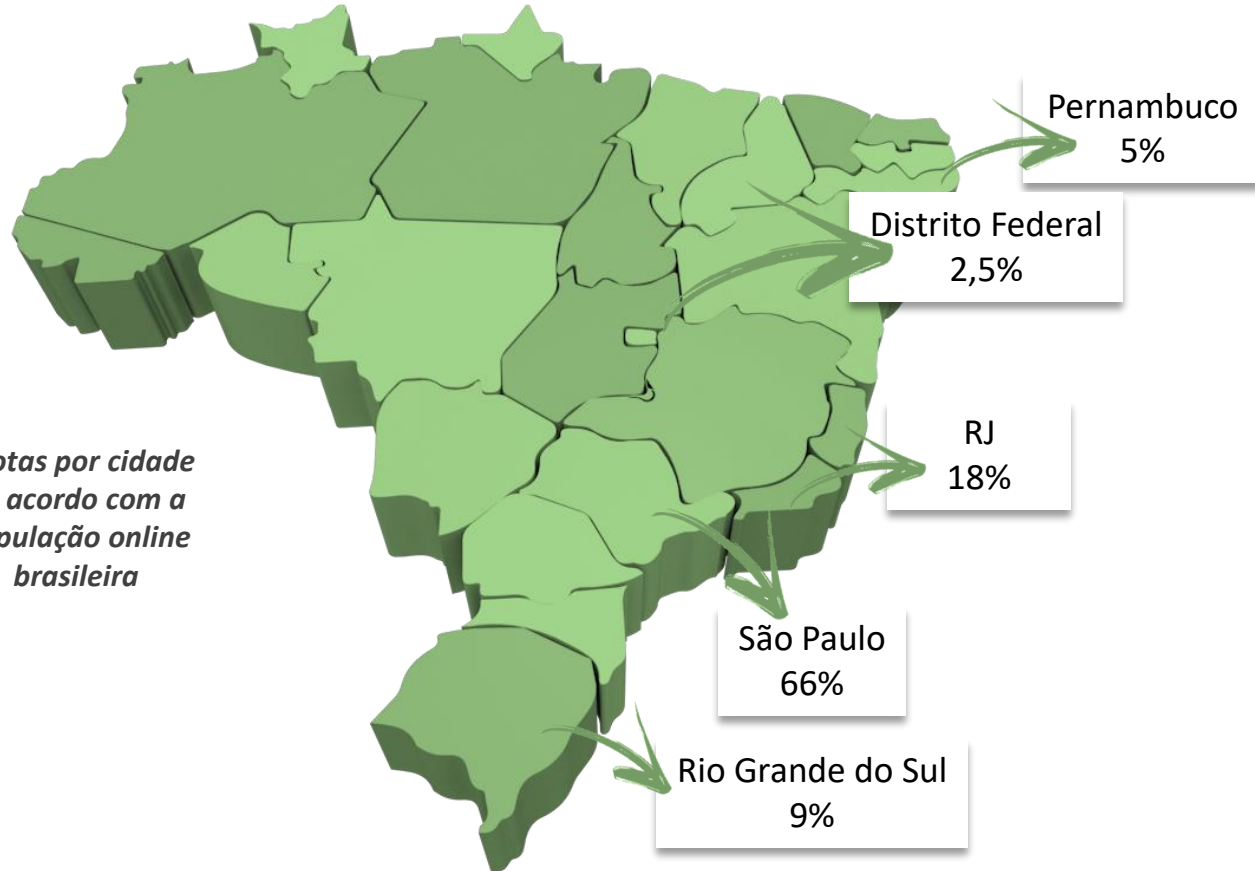
Média de 2 filhos  
por família

Base de respondentes com filho: 346

# Maioria reside no Estado de São Paulo e pertence às classes B2/C1

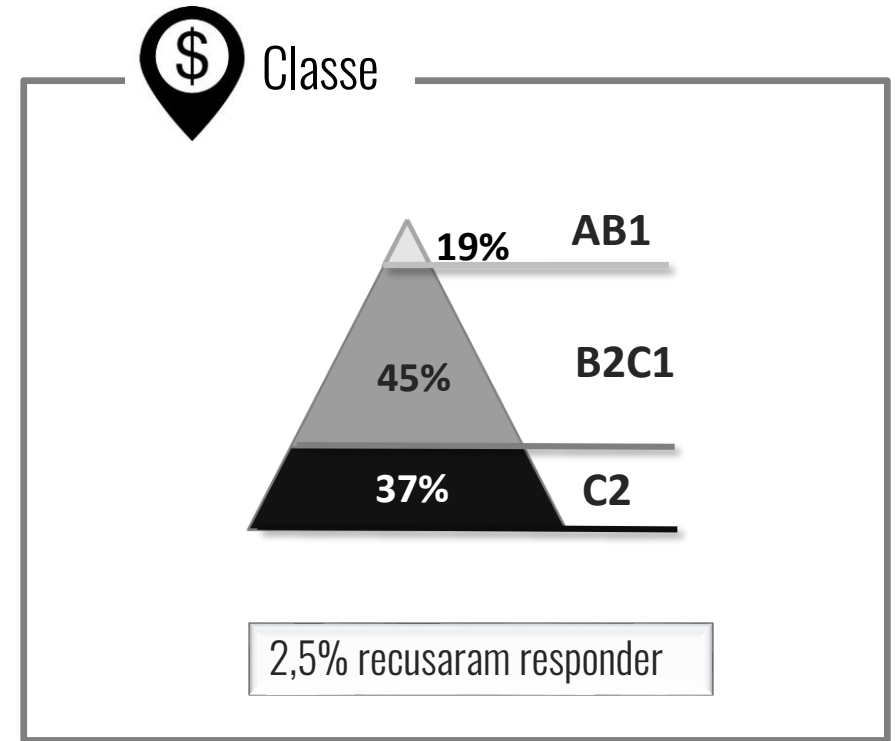


## CONSUMIDORES



## RENDA FAMILIAR MENSAL

80% dos respondentes possuem atividade remunerada



## CUMPRIMENTO DA QUARENTENA

**79%** Estão cumprindo a quarentena em isolamento social\*

**16%** Estão cumprindo a quarentena em isolamento parcial\*\*

**5%** Não estão em isolamento

### Trabalho “*Home Office*”



\*Sai apenas para atividades essenciais

\*\*Evitam aglomerações, mas encontram amigos e familiares

Você está cumprindo a quarentena em sua casa? Você está trabalhando em “home office”? Base: 600 respondentes

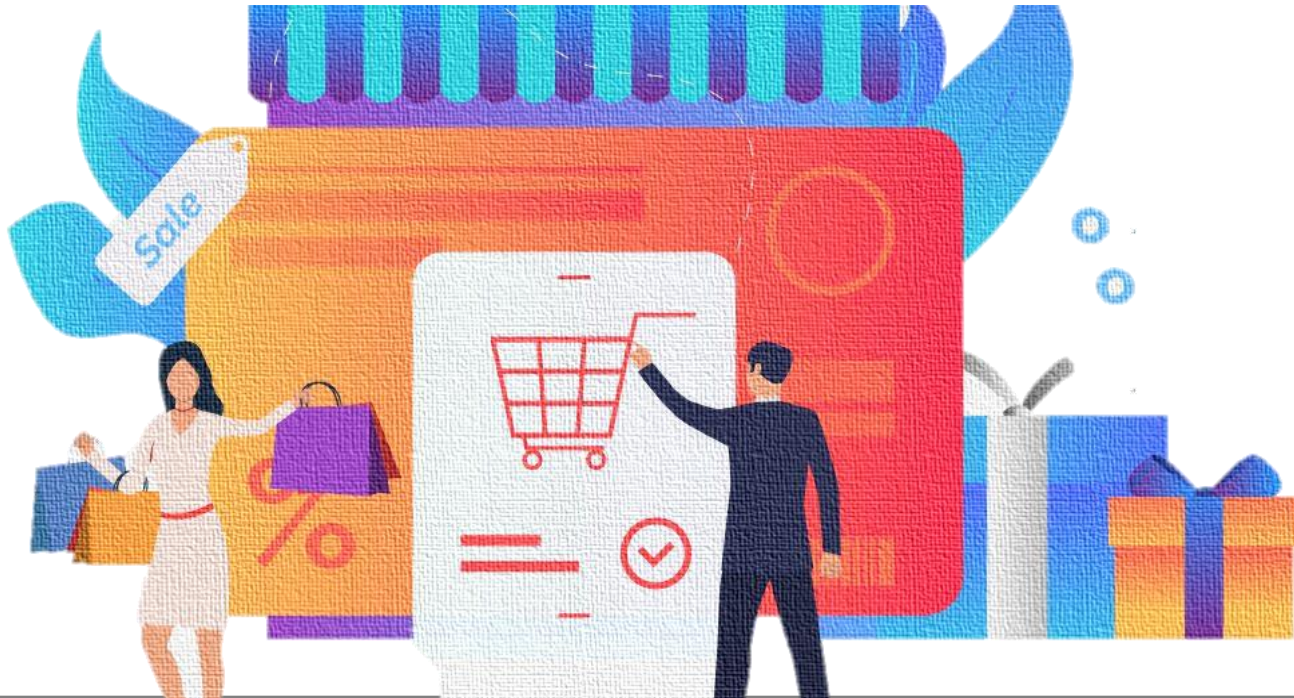
# Resultados

LOJAS FÍSICAS



# Meios de pagamento mais utilizados

## Em LOJAS FÍSICAS

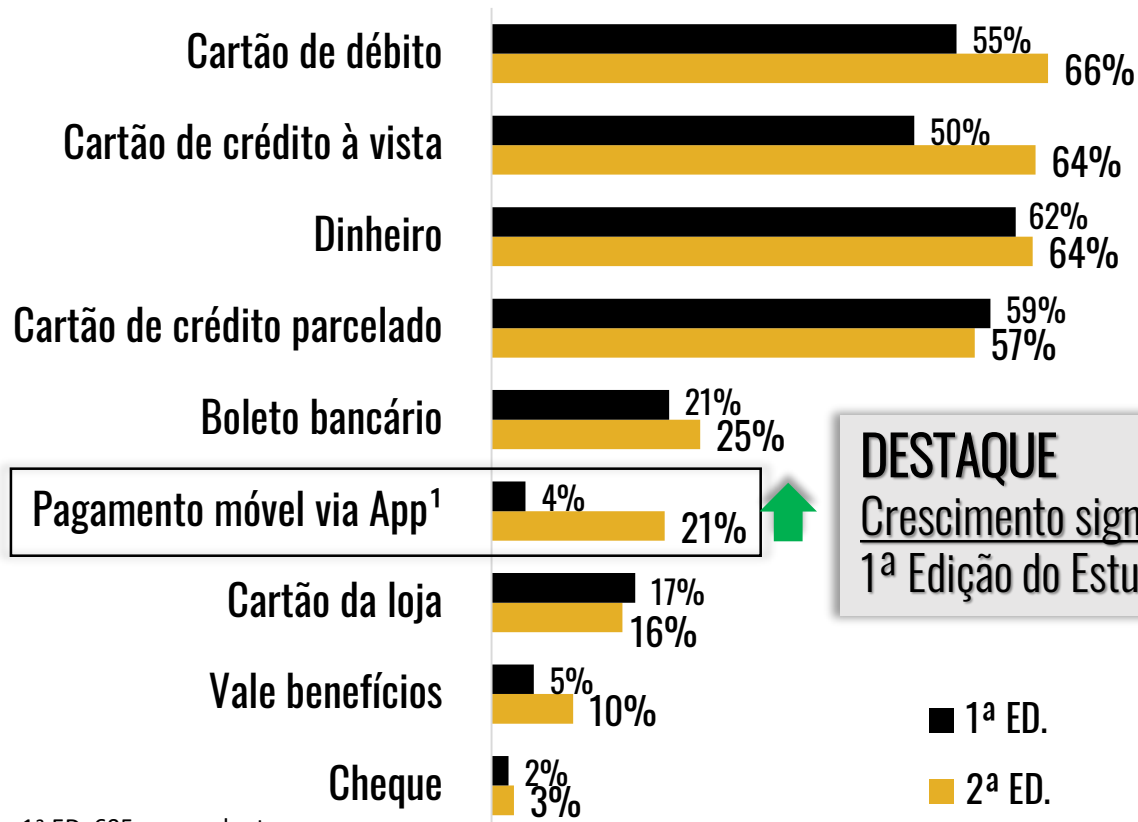


# Cartão de débito, crédito à vista e dinheiro são os meios de pagamento mais utilizados em lojas físicas



## CONSUMIDORES

### MEIOS DE PAGAMENTO UTILIZADOS EM LOJAS FÍSICAS

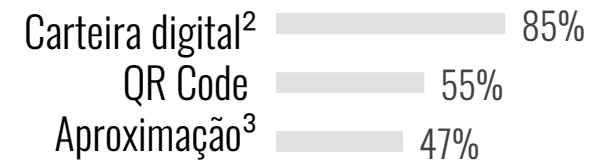



### DESTAQUE

Crescimento significativo em relação à 1ª Edição do Estudo (2018)

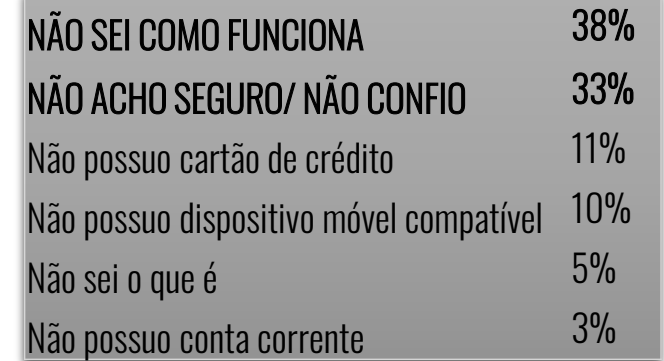
■ 1ª ED.  
 ■ 2ª ED.

### TIPOS DE PAGAMENTO MÓVEL VIA APP UTILIZADOS



Pergunta nova - Base: 2ª ED. 123 respondentes

### MOTIVOS PARA NÃO UTILIZAR PAGAMENTO MÓVEL VIA APP



Pergunta nova - Base: 2ª ED. 477 respondentes

Base 1ª ED. 605 respondentes

Base: 2ª ED. 600 respondentes

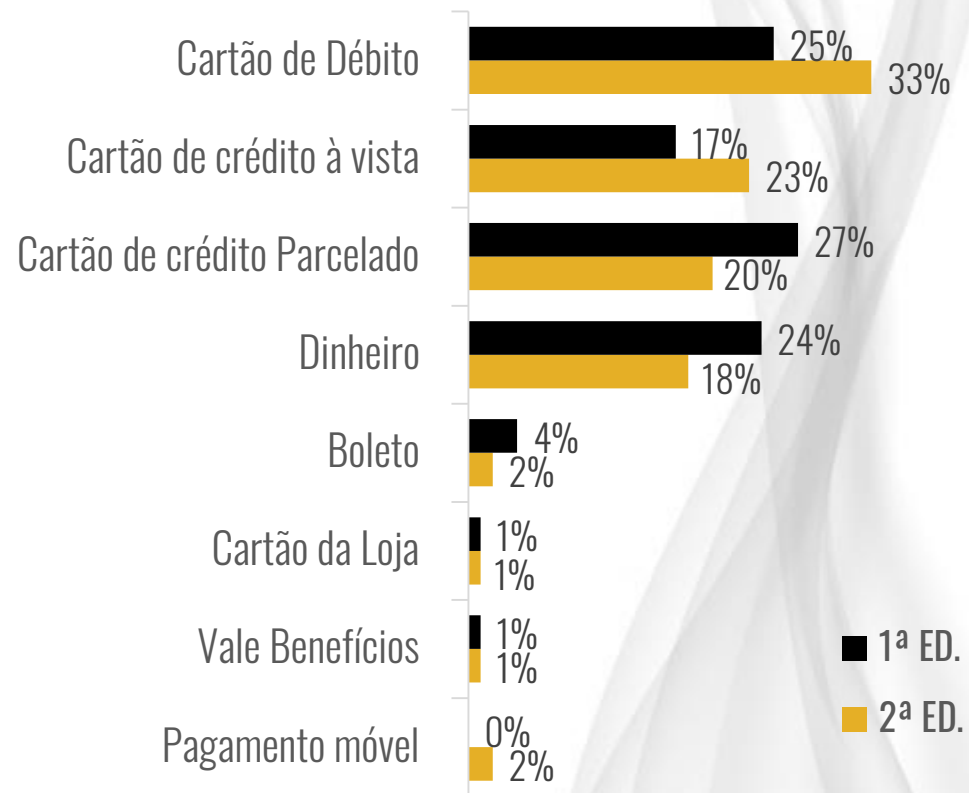
P10. Quais os meios de pagamento utilizados quando você faz compras em lojas físicas? (RM); Qual(is) tipo(s) de pagamento móvel via App você já utilizou/ costuma utilizar? Qual o principal motivo da não utilização do pagamento móvel via app? <sup>1</sup>(Android Pay, PayPal, QR Code, etc) <sup>2</sup> (PagSeguro, PicPay, RecargaPay, Mercado Pago, PayPal) <sup>3</sup>(NFC/ Contactless) – (Android Pay, Samsung Pay, Apple Pay)

# Uso de cartões (débito e crédito) predomina entre a população brasileira



## CONSUMIDORES

### MEIOS DE PAGAMENTO MAIS UTILIZADOS EM LOJAS FÍSICAS



Base 1ª ED. 605 respondentes

Base: 2ª ED. 600 respondentes

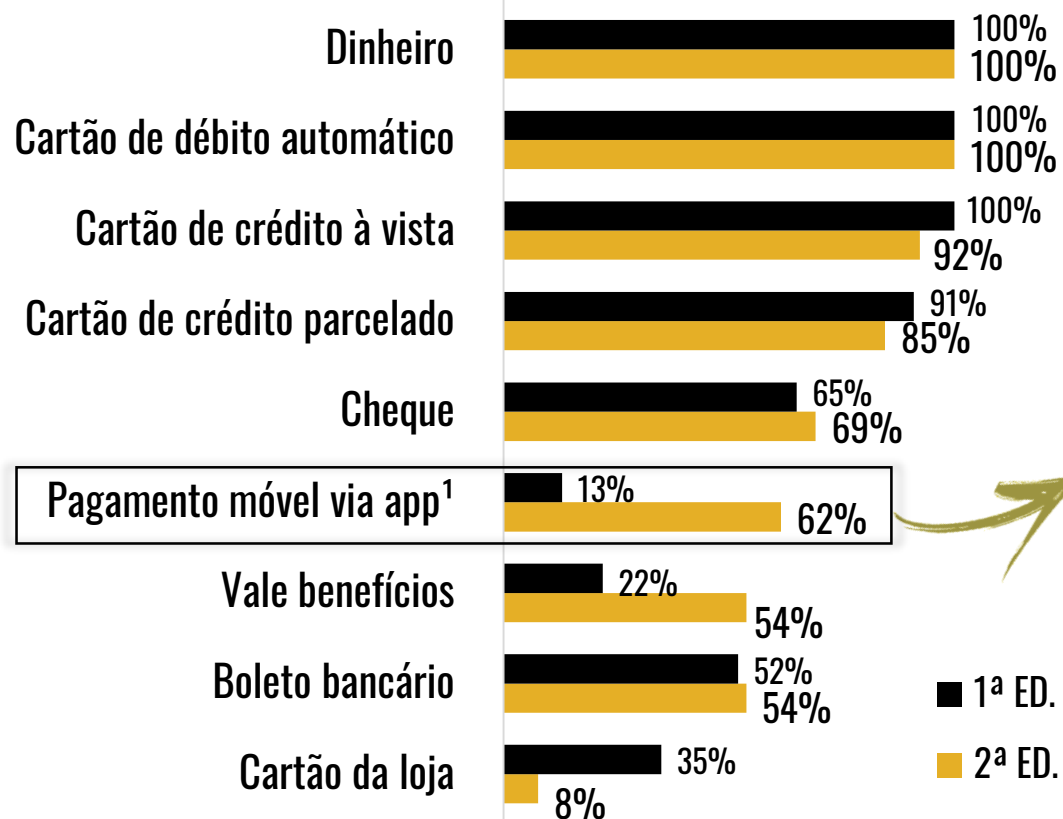
P11. Meio de pagamento mais utilizado para compra ...? (RU)



# Dinheiro, cartões de crédito e débito são onipresentes no varejo



## MEIOS DE PAGAMENTO ACEITOS POR LOJAS FÍSICAS



Aumento considerável em relação à 1ª Edição do Estudo (2018)

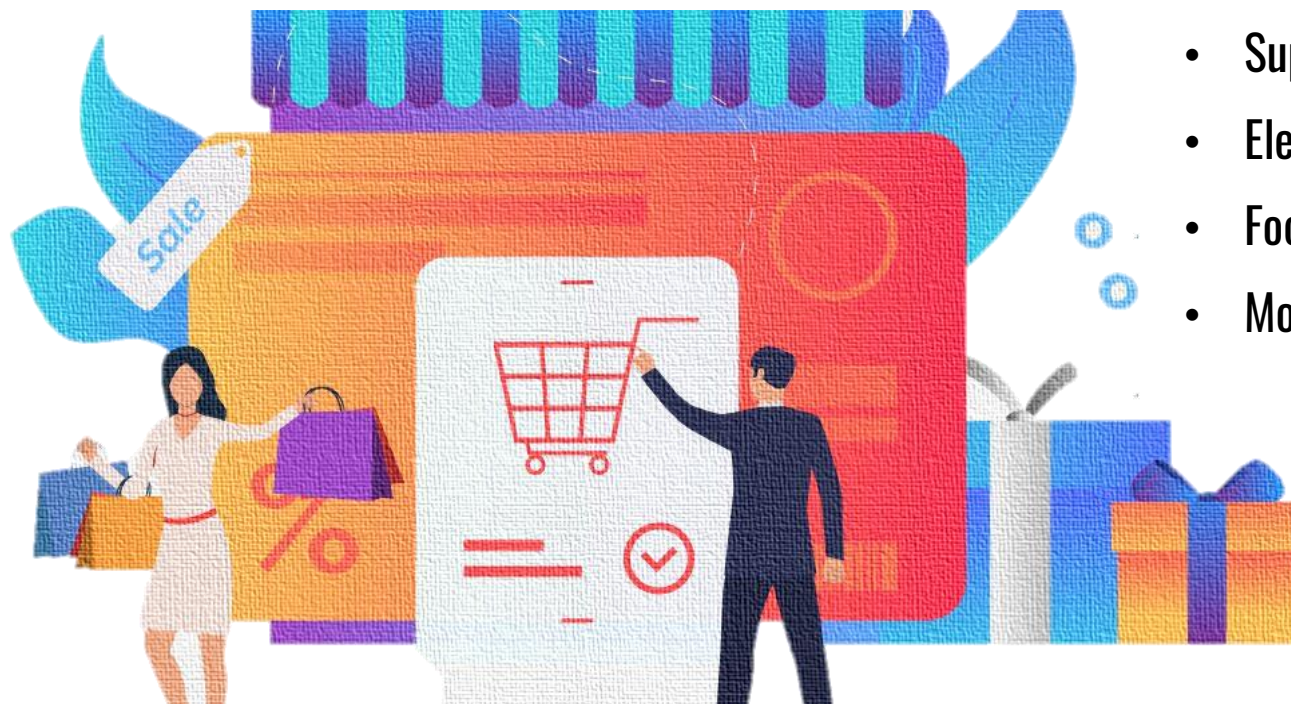
Pagamento móvel via app tem grande expansão, que deverá ser impulsionada pelo mundo *low touch* pós-Covid

50% dos que não utilizam pretendem passar a usar nos próximos 12 meses

# Meios de pagamento - lojas físicas

## POR SEGMENTO

- Drogaria e Perfumaria
- Material de Construção
- Supermercado
- Eletrodomésticos
- Food Service
- Moda



# Para as compras de consumo imediato, o cartão de débito é o meio de pagamento mais utilizado



## CONSUMIDORES

### MEIOS DE PAGAMENTO MAIS UTILIZADOS



#### FOOD SERVICE

	1ª ED.	2ª ED.
C. DE DÉBITO	37%	37%
C. À VISTA	22%	31%
DINHEIRO	26%	19%
VALE BENEFÍCIOS	4%	6%
C. PARCELADO	5%	4%
VIA APP	-	2%



#### DROGARIA / PERFUMARIA

	1ª ED.	2ª ED.
C. DE DÉBITO	32%	36%
C. À VISTA	20%	27%
DINHEIRO	26%	18%
C. PARCELADO	18%	13%
VIA APP	-	3%
C. LOJA	1%	1%
VALE BENEFÍCIOS	1%	1%



#### SUPERMERCADO

	1ª ED.	2ª ED.
C. DE DÉBITO	33%	31%
C. À VISTA	23%	29%
DINHEIRO	23%	16%
C. PARCELADO	11%	7%
VIA APP	-	1%
C. LOJA	1%	3%
VALE BENEFÍCIOS	5%	12%

Base 1ª ED. 605 respondentes  
Base: 2ª ED. 600 respondentes

# Para compras de consumo a longo prazo, o cartão de crédito parcelado é o mais utilizado

## CONSUMIDORES

### MEIOS DE PAGAMENTO MAIS UTILIZADOS

O parcelamento do cartão é uma característica brasileira incorporada ao hábito de compras, especialmente em bens duráveis



#### ELETROMÓVEIS

	1ª ED.	2ª ED.
C. PARCELADO	49%	62%
C. DE DÉBITO	14%	9%
C. À VISTA	13%	9%
DINHEIRO	11%	7%
BOLETO	3%	6%
C. LOJA	2%	2%
VIA APP	-	2%



#### MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

	1ª ED.	2ª ED.
C. PARCELADO	37%	43%
C. DE DÉBITO	11%	16%
C. À VISTA	10%	13%
DINHEIRO	14%	12%
BOLETO	2%	2%
C. LOJA	1%	2%
APP	-	1%



#### OUTROS SEGMENTOS

	1ª ED.	2ª ED.
C. PARCELADO	35%	37%
C. DE DÉBITO	19%	21%
C. À VISTA	13%	17%
DINHEIRO	19%	12%
C. LOJA	6%	8%
VIA APP	-	2%
BOLETO	2%	1%

Base 1ª ED. 605 respondentes  
Base: 2ª ED. 600 respondentes

# Cartão de crédito, débito e dinheiro são aceitos em todos os segmentos. Pagamentos móveis via app já estão em grande parte do varejo



## MEIOS DE PAGAMENTO OFERECIDOS



### FOOD SERVICE

	1ª ED.	2ª ED.
C. À VISTA	100%	100%
C. DE DÉBITO	100%	100%
DINHEIRO	100%	100%
VALE BENEFÍCIOS	100%	100%
VIA APP	-	100%
C. PARCELADO	-	33%
BOLETO	-	33%
CHEQUE	-	33%
QR CODE	-	33%



### DROGARIA E PERFUMARIA

	1ª ED.	2ª ED.
C. À VISTA	100%	100%
C. DE DÉBITO	100%	100%
DINHEIRO	100%	100%
C. PARCELADO	100%	100%
VIA APP	33%	67%
QR CODE	-	67%
VALE BENEFÍCIOS	-	67%
BOLETO	33%	33%
CHEQUE	67%	33%



### SUPERMERCADO

	1ª ED.	2ª ED.
C. À VISTA	100%	100%
C. DE DÉBITO	100%	100%
DINHEIRO	100%	100%
C. PARCELADO	100%	100%
VIA APP	-	100%
VALE BENEFÍCIOS	75%	100%
CHEQUE	75%	100%
QR CODE	-	67%

Cartão de crédito, débito e dinheiro são aceitos em todos os segmentos.  
Pagamentos móveis via app já estão em grande parte do varejo



**MEIOS DE PAGAMENTO  
OFERECIDOS**



**ELETROMÓVEIS**

	1ª ED.	2ª ED.
C. À VISTA	100%	100%
C. PARCELADO	100%	100%
DINHEIRO	100%	100%
C. DE DÉBITO	100%	100%
CHEQUE	80%	100%
BOLETO	60%	67%
CARTÃO DA LOJA	40%	33%
VIA APP	40%	33%
CREDIÁRIO	-	33%



**MATERIAL DE CONSTRUÇÃO**

	1ª ED.	2ª ED.
C. À VISTA	100%	100%
C. PARCELADO	100%	100%
C. DE DÉBITO	100%	100%
DINHEIRO	100%	100%
CHEQUE	100%	100%
BOLETO	50%	100%



**OUTROS SEGMENTOS**

	1ª ED.	2ª ED.
C. À VISTA	100%	100%
C. DE DÉBITO	100%	100%
DINHEIRO	100%	100%
C. PARCELADO	100%	100%
BOLETO	-	100%
CHEQUE	50%	100%
VALE BENEFÍCIOS	-	50%
VIA APP	-	50%

# Resultados

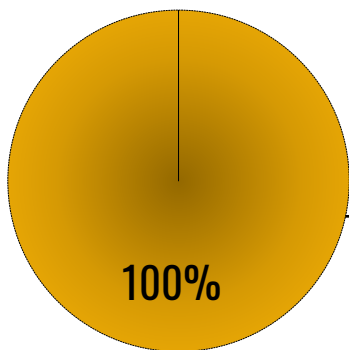
e-COMMERCE



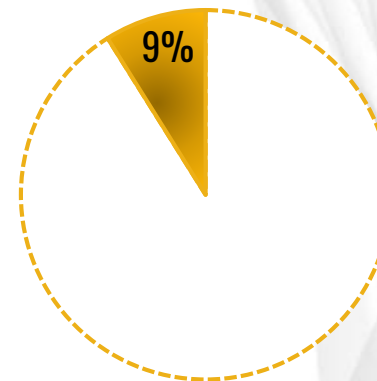
# Durante a quarentena, o consumidor acelerou seu comportamento digital de consumo



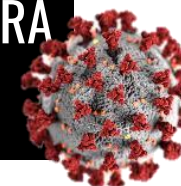
## CONSUMIDORES



Já realizaram  
compras online



**REALIZARAM A PRIMEIRA COMPRA  
ONLINE NA QUARENTENA**



**60%** AFIRMAM TER AUMENTADO SUAS  
COMPRAS ONLINE NA QUARENTENA



# Compras online são feitas com mais frequência via *smartphone*



## CONSUMIDORES

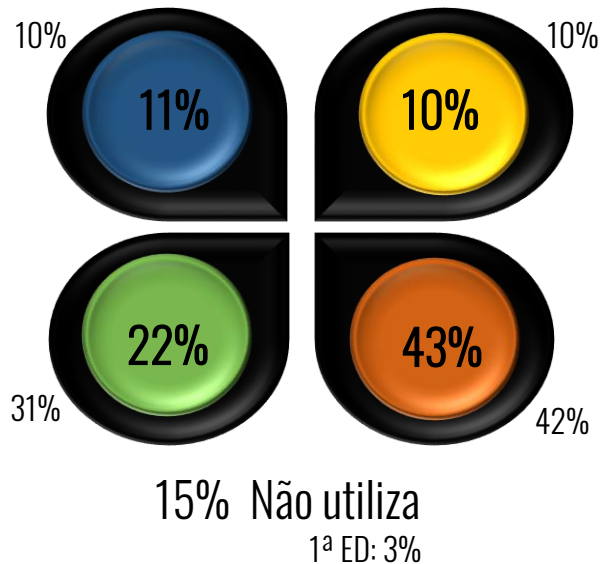


Consumo mudou  
do computador  
para o *smartphone*

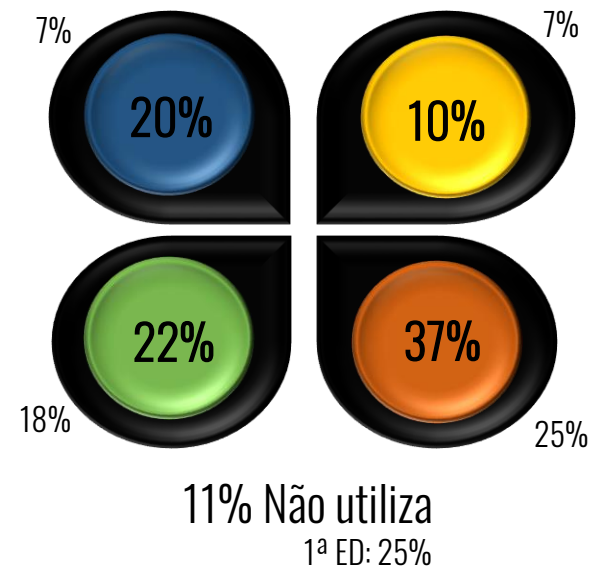
- Semanalmente
- Quinzenalmente
- Mensalmente
- Eventualmente



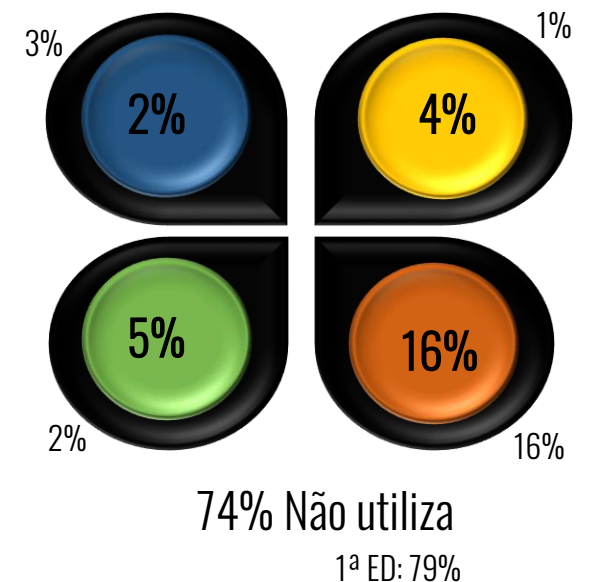
**COMPUTADOR/NOTEBOOK**



**SMARTPHONE**

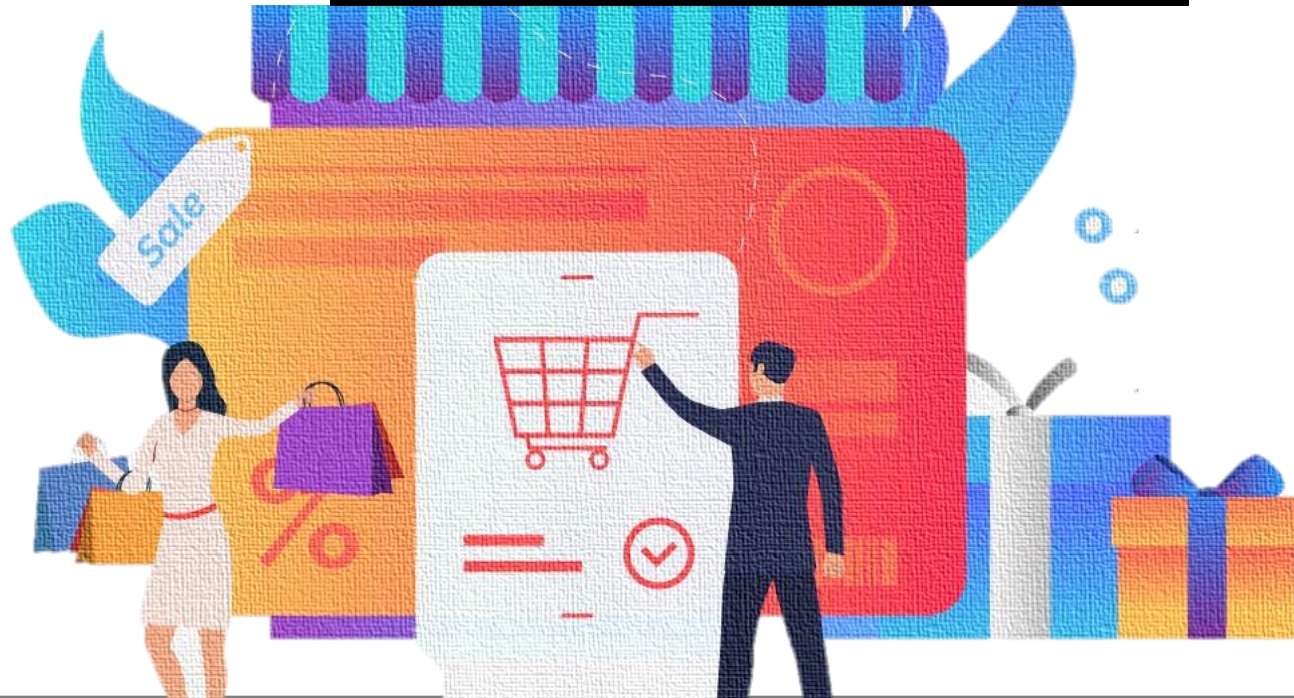


**TABLET**



# Meios de pagamento utilizados

## e-COMMERCE



# Parcelamento no cartão de crédito predomina em compras online via computador

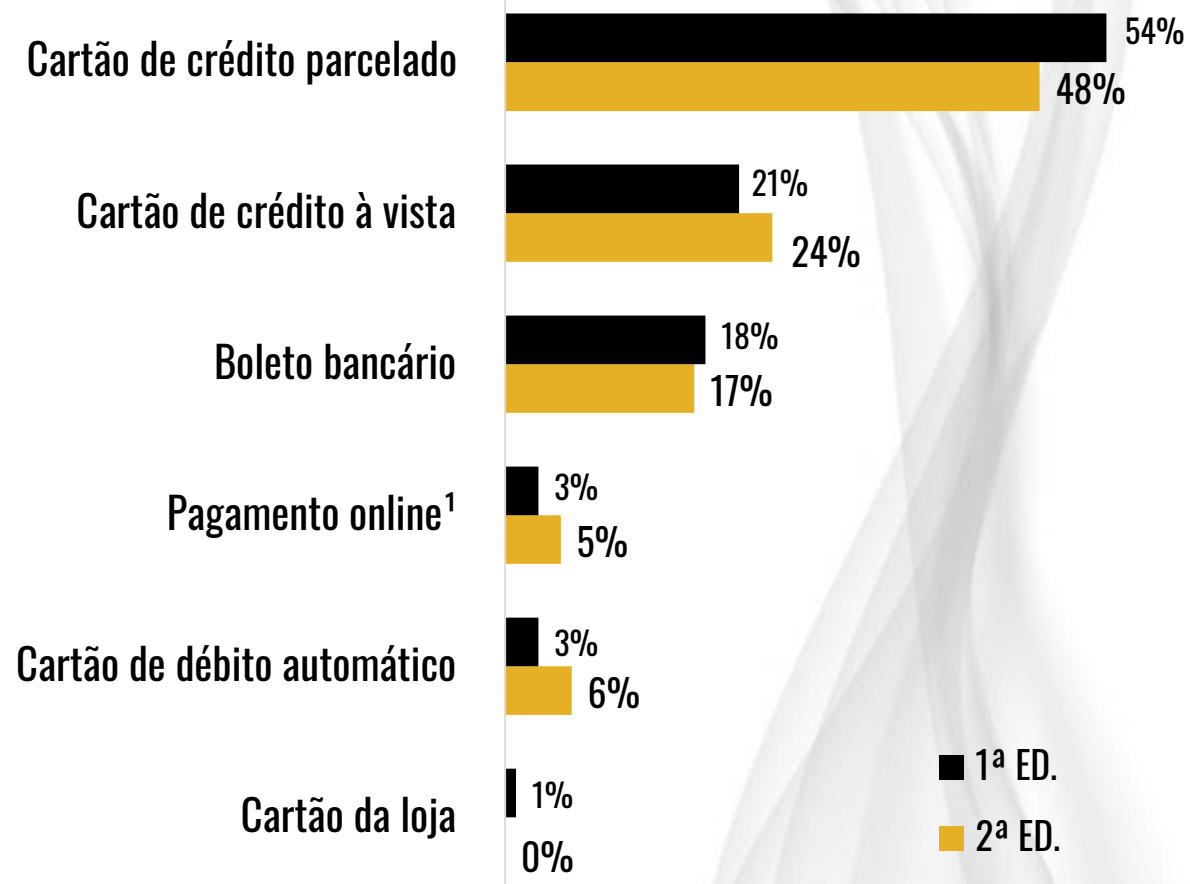


## CONSUMIDORES

### MEIOS DE PAGAMENTO UTILIZADOS PARA COMPRAS ONLINE, VIA COMPUTADOR:



Pagamentos online ainda não foram adotados pela população desbancarizada, que prefere boleto.



Base 1ª ED e-commerce – via computador 383 respondentes

Base: 2ª ED. E-commerce – via computador 513 respondentes


P19.Qual o meio de pagamento mais utilizado quando faz compras online via computador? (RU); <sup>1</sup>(Pagseguro, Moip, Paypal)

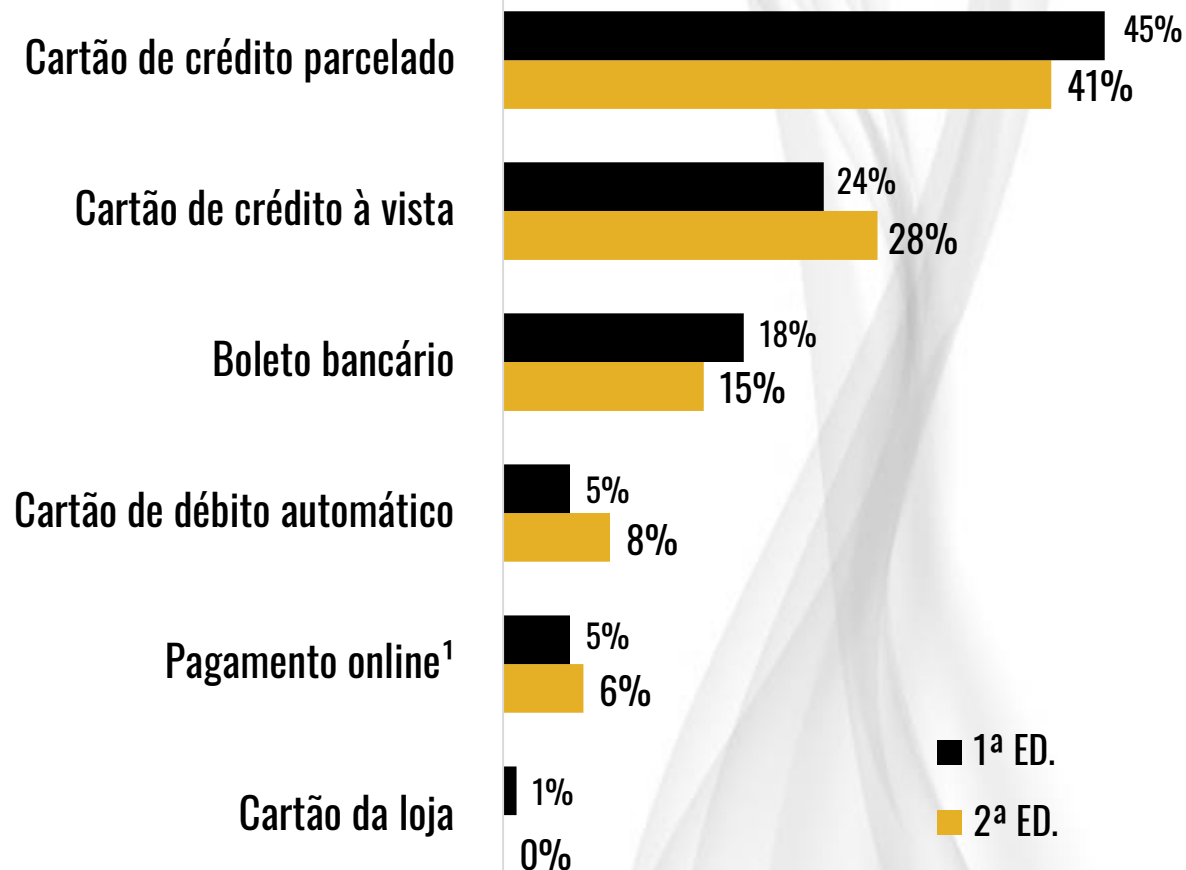
# Pagamento por cartão de crédito e por boleto são os meios mais consolidados nas compras online



## CONSUMIDORES

### MEIOS DE PAGAMENTO UTILIZADOS PARA COMPRAS ONLINE, VIA **SMARTPHONE**:

Os mesmos meios de pagamento são utilizados para compras via computador e smartphone.  Cartão de crédito é a CULTURA do brasileiro.



Base 1ª ED e-commerce – via smartphone 266 respondentes  
Base: 2ª ED. E-commerce – via smartphone 534 respondentes

P21. Qual o meio de pagamento mais utilizado quando você faz compras online via celular/ mobile? (RU) <sup>1</sup>Pageseguro, Moip, Paypal

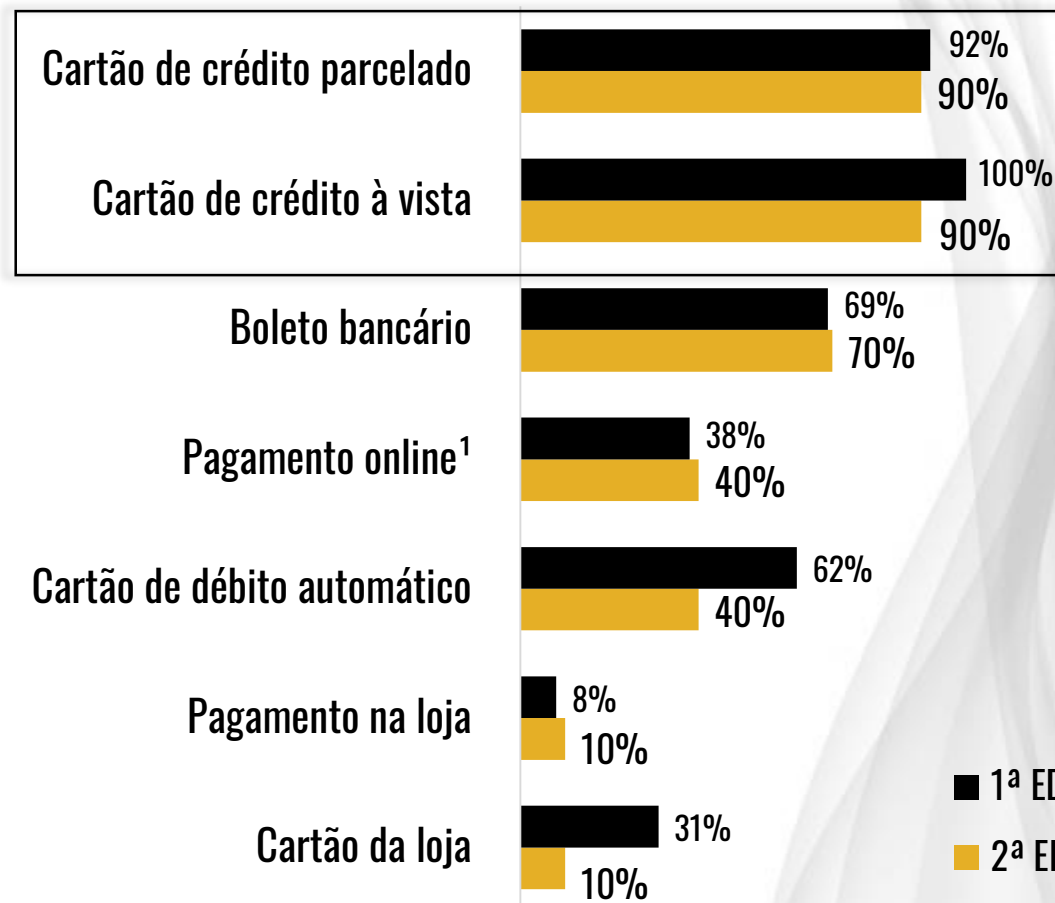
# Empresas estão alinhadas na oferta de meios de pagamento às demandas de seus clientes



## MEIOS DE PAGAMENTO ACEITOS NO E-COMMERCE

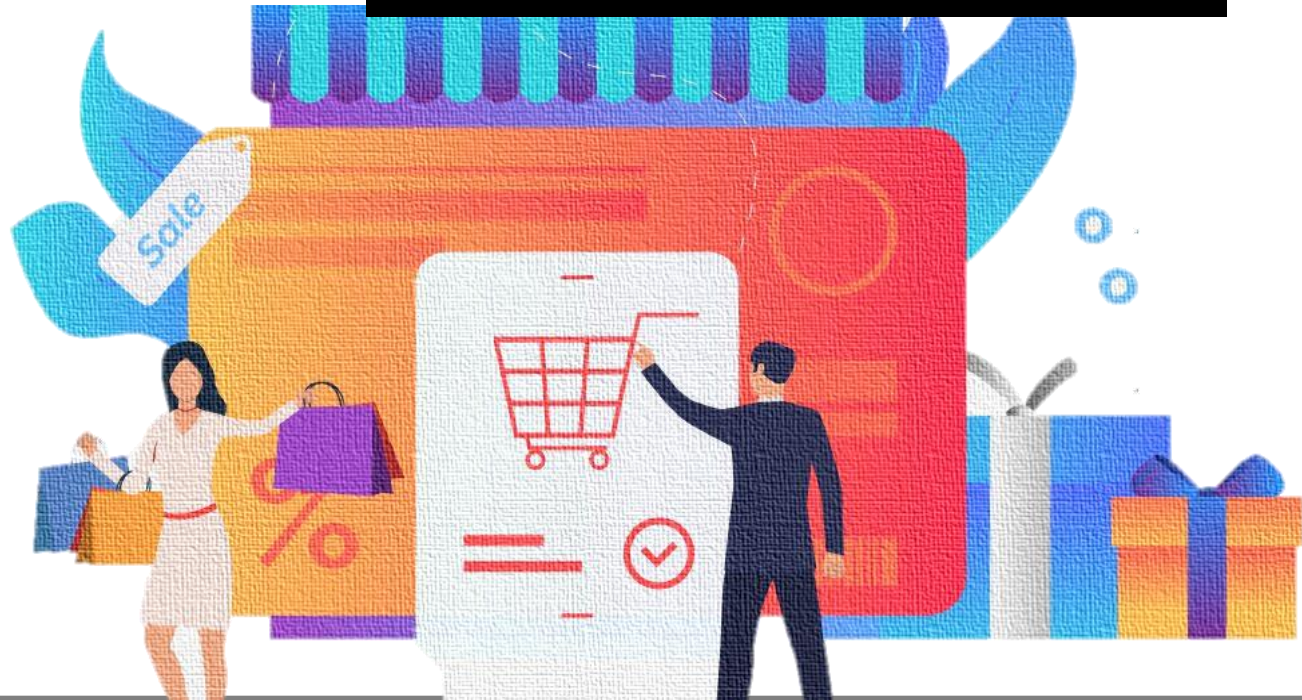


Pagamentos online e na loja são alternativas omnichannel para população desbancarizada.



# Ferramentas online utilizadas

## e-COMMERCE



# Ainda existe um bloqueio para a utilização de meios alternativos nas compras pela internet



**CONSUMIDORES**

## FERRAMENTAS UTILIZADAS NA COMPRA ONLINE



**31%** Cupons de desconto

1ª ED: 32%



**25%** CashBack

1ª ED: 17%



**22%** Programa de fidelidade

1ª ED: 23%



**1%** PayPal

1ª ED: 1%



**43%**

Não utilizam nenhum  
desses meios de  
pagamento

1ª ED: 46%

Base 1ª ED. 605 respondentes

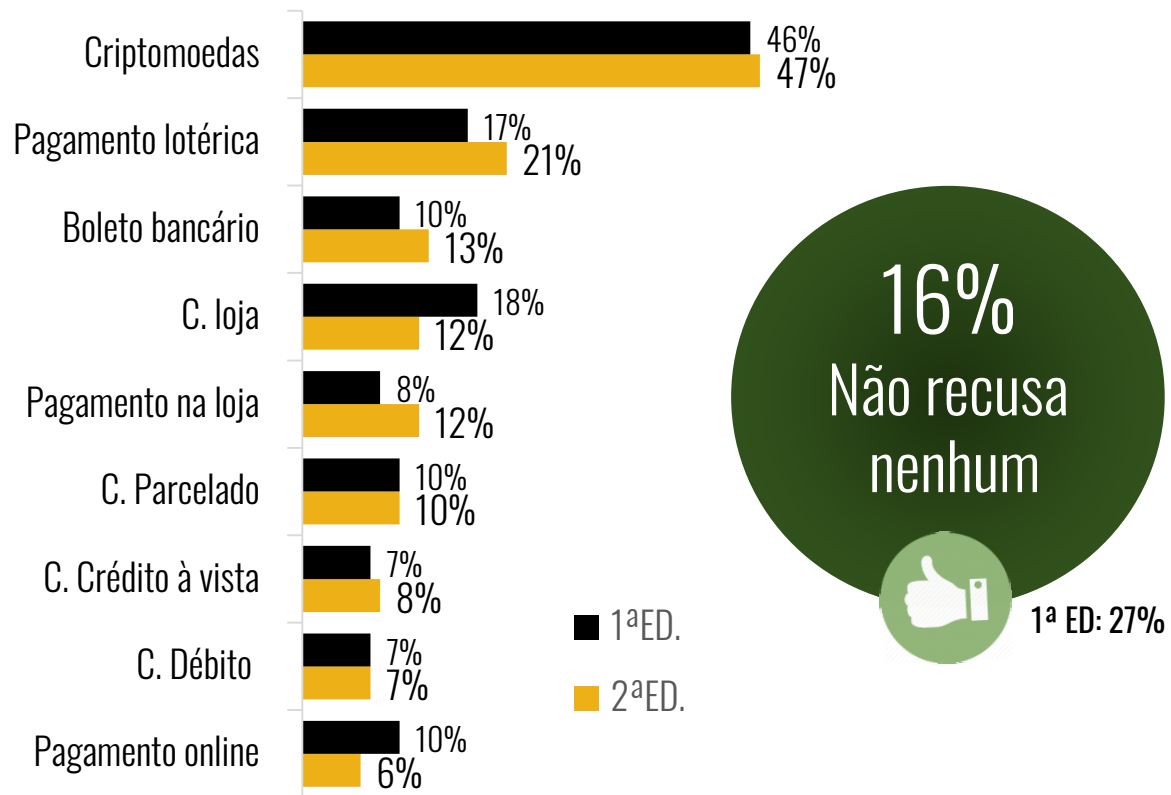
Base: 2ª ED. 600 respondentes

P22. Em suas compras online, costuma utilizar algumas das ferramentas abaixo (rm)

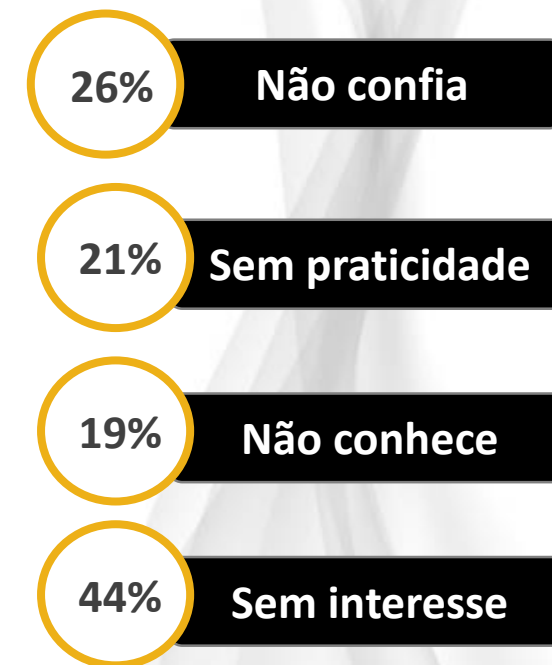
# Criptomoedas são o meio de pagamento mais rejeitado; principal motivo é a falta de confiança.

## CONSUMIDORES

### SE RECUSA A UTILIZAR



### PRINCIPAIS MOTIVOS PARA RECUSAR



Base: 2ª ED. 503 respondentes

Base 1ª ED. 605 respondentes

Base: 2ª ED. 600 respondentes

P23.Dentre os meios de pagamento existentes, possui algum que você se recusa a utilizar? (RM); P23A. Porque?

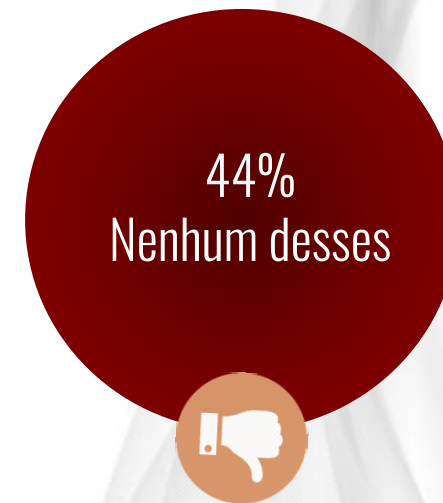
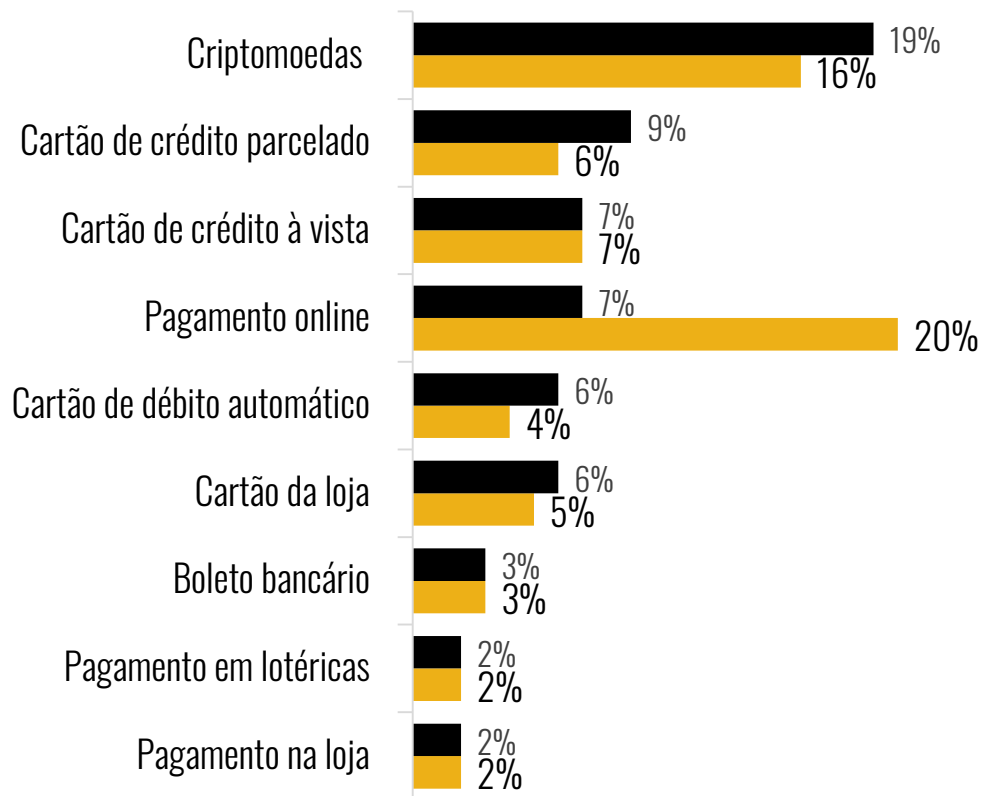


# Pagamento online ultrapassa curiosidade por criptomoedas



## CONSUMIDORES

### GOSTARIA DE UTILIZAR



1ª ED: 49%

Base 1ª ED. 605 respondentes

Base: 2ª ED. 600 respondentes

P24. Dentre os meios de pagamento existentes, possui algum que você gostaria de utilizar, e não utiliza por algum motivo? (RM)

# Pagamento via criptomoedas não está no radar do varejo



Nenhuma empresa oferece  
pagamento via criptomoedas.



**E NÃO PRETENDEM OFERECER  
NOS PRÓXIMOS 12 MESES**



# Resultados

Participação dos meios de pagamento no faturamento das empresas



# Cartão de crédito é o meio de pagamento mais importante tanto nas lojas físicas quanto no e-commerce



## REPRESENTAÇÃO NO FATURAMENTO BRUTO ANUAL

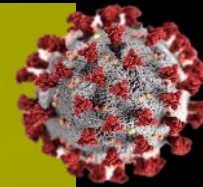
	Loja Física		E-commerce	
	1ª ED.	2ª ED.	1ª ED.	2ª ED.
Crédito	33%	29%	63%	60%
Boleto	25%	25%	23%	24%
Dinheiro	20%	18%	-	-
Débito	17%	21%	14%	10%
App/ Digital	-	3%	-	6%
Outros	5%	4%	-	-



MEIO DE PAGAMENTO DIGITAL COMEÇA A SER RELEVANTE NO FATURAMENTO DAS EMPRESAS.

Mudanças no varejo em meio à pandemia

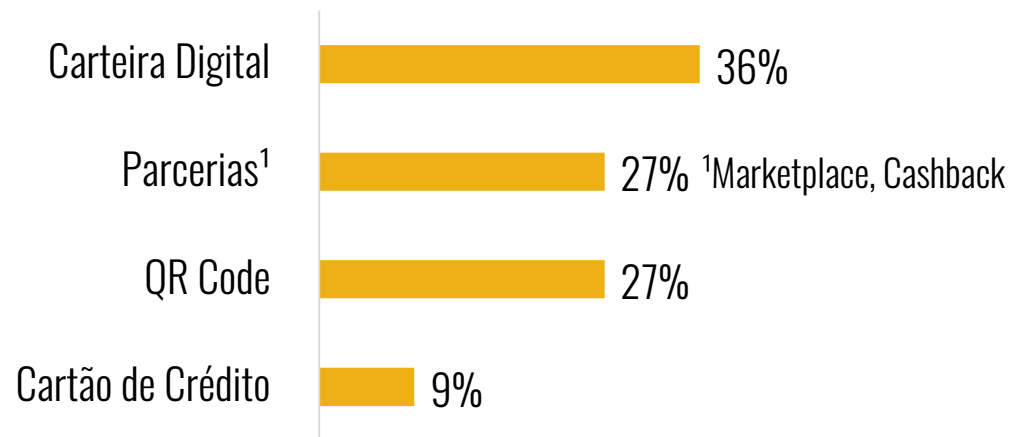
COVID-19



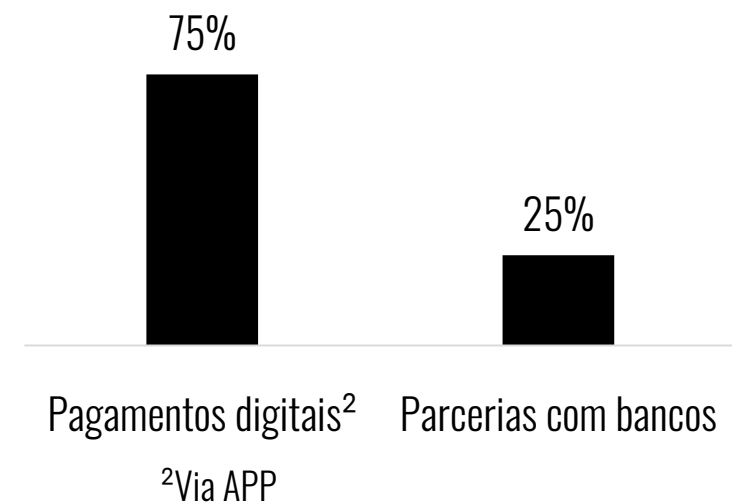
# Durante a pandemia, empresas adotaram sistemas de pagamento digital via app e Carteiras Digitais



**70% DAS EMPRESAS FIZERAM ALGUMA MUDANÇA NA ESTRATÉGIA DE MEIOS DE PAGAMENTOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES**



**58% DAS EMPRESAS FIZERAM ALGUMA MUDANÇA NA ESTRATÉGIA DE MEIOS DE PAGAMENTOS DURANTE A PANDEMIA**



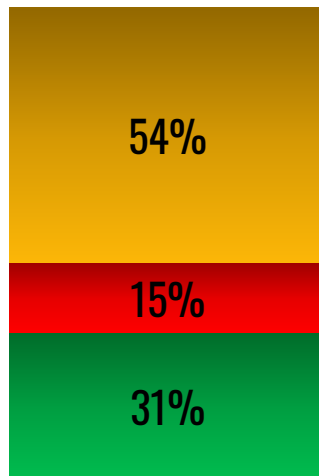
# Consumidores manterão compras online após a quarentena



## CONSUMIDORES

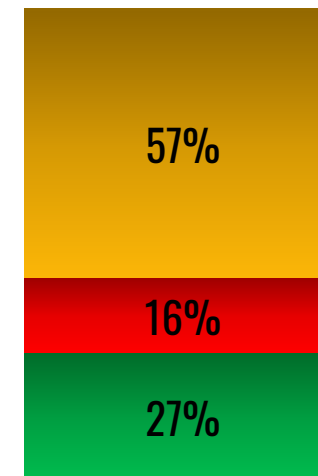
**NA QUARENTENA, NOS PRÓXIMOS DIAS VOCÊ PRETENDE...**

- Comprar igual compro hoje em sites/ aplicativos
- Comprar menos em sites/ aplicativos
- Comprar mais em sites/ aplicativos



**APÓS A QUARENTENA, VOCÊ PRETENDE...**

- Comprar igual compro hoje em sites/ aplicativos
- Comprar menos em sites/ aplicativos
- Comprar mais em sites/ aplicativos



As mudanças de comportamento dos consumidores, com o aumento da digitalização das compras, e a transformação digital das empresas apontam para uma expansão ainda mais acelerada do e-commerce ao longo de 2020, com ganho de participação no total do varejo.

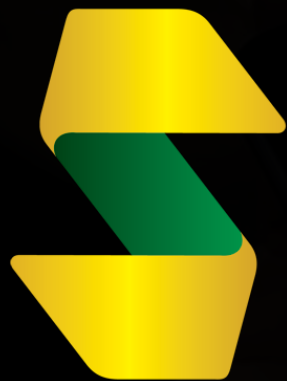
O uso mais intenso de cartões e meios digitais de pagamento é benéfico para a economia do País, pois aumenta a formalização do mercado. Com a adaptação dos brasileiros a novas formas de pagamento digital, rompe-se a tradicional cultura do “físico” (cartões e dinheiro), levando a uma sociedade mais digital, tecnológica e conveniente.

Carteiras digitais, pagamentos via app e inteligência de dados já não são mais tendência, como há dois anos. É o agora, já está acontecendo. Cada vez mais o varejo precisa estar estruturado para aproveitar o momento, com investimentos em Tecnologia da Informação e produtividade para alcançar resultados superiores.

A evolução dos meios de pagamento dependerá do comportamento das próximas gerações (nativas digitais) e de sua aceitação de meios de pagamento mais convenientes, integrados ao *smartphone* e a *wearables*.



**OBRIGADO!**



**SBVC**

Sociedade Brasileira  
de Varejo e Consumo



**OFFERWISE**

# Ficha Técnica

**Eduardo Terra** – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

**Alberto Serrentino** – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Fundador da Varese Retail

**Hélio Biagi** – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e Co-Fundador do OasisLab

**Ronald Nossig** – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e Co-Fundador do OasisLab

**Maria Odete Alves** – Gerente Executiva da SBVC

**Fernanda Besnosoff** – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

**Renato Müller** – Co-Fundador da Käfer Content Studio e Jornalista especializado em varejo

**Jônatas Henrique dos Santos** – *Business Manager Brazil* da Offerwise